

sponsorship proposal

# 2024 광장 광고제 제안서

단국대학교 학술제 광장 광고제

Contact 유현아 01045310533  
dbgusdk010@naver.com

# 단국대학교 미디어 커뮤니케이션학부 학술제 광장 [광고제]

## [행사소개]

단국대학교 미디어커뮤니케이션학부 학술제 광장은 23년간 진행해 온 학과 내 최대 행사입니다.  
저희가 협찬을 제안 드리는 광고제는 3월부터 11월까지 약 8개월간 진행되며  
매년 기업의 후원을 받아 이벤트, 콘텐츠 제작 등 다양한 활동을 진행해왔습니다.

# 단국대학교 미디어 커뮤니케이션학부 학술제 광장 [광고제]

예상 활동 인원 : 100여명

활동 기한: 약 8개월 (3월 ~ 11월)

## 협찬 제안

경쟁PT : 상금 최소 100만원 [1등팀 - 50, 2등팀 - 30, 3등팀 - 20], 경쟁PT를 위한 제안 요청서

콘텐츠 부분: 콘텐츠 제작 관련 귀사의 라이선스 (로고, 제품 이미지) 및 피드백

이벤트 부분: 약 100 여 개의 실물 제품(브랜드) 혹은 상품권 [추후협의]

# 단국대학교 미디어 커뮤니케이션학부 학술제 광장 [광고제]

## [활동 계획서]

1학기

콘텐츠 제작

2학기

경쟁PT  
이벤트

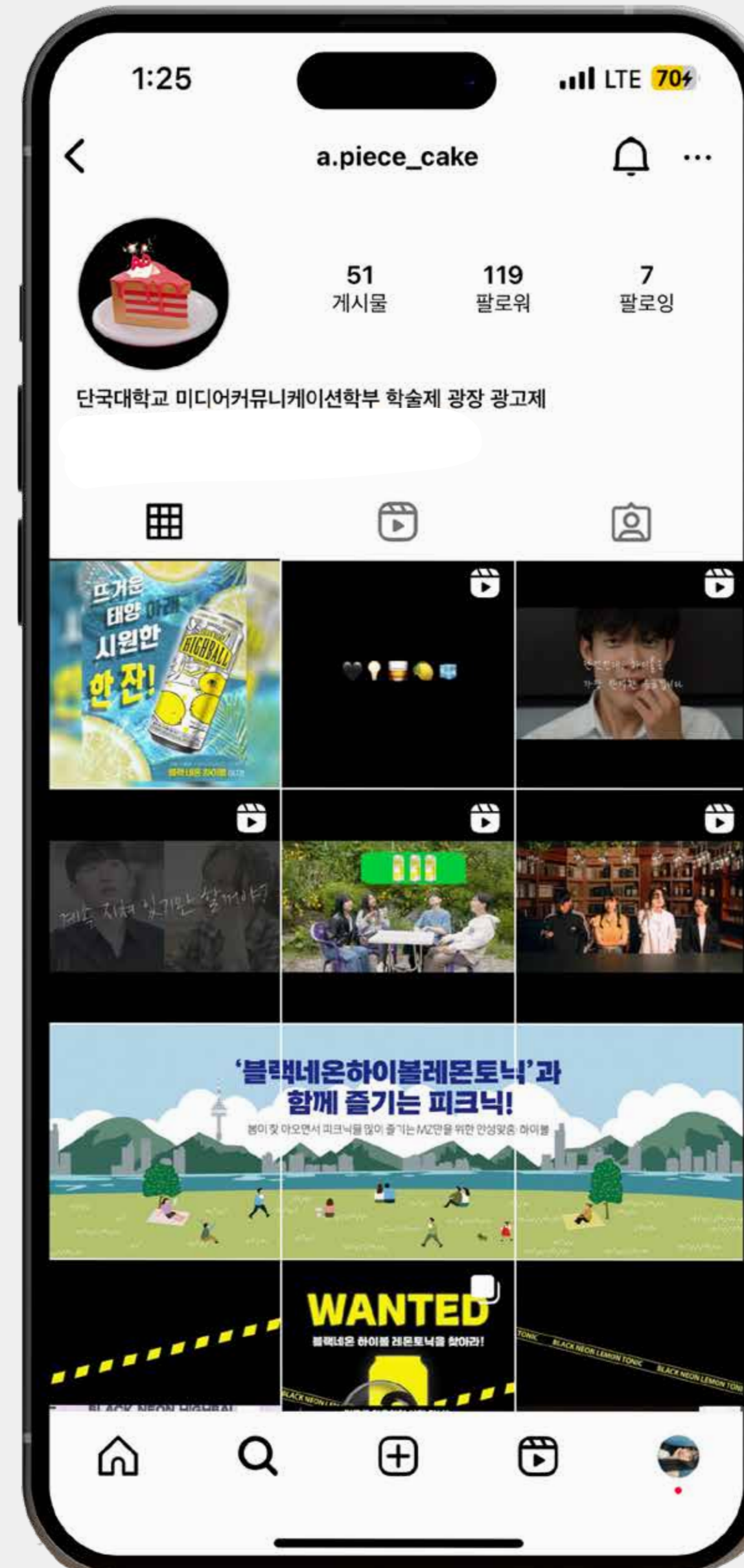
# 활동 세부 내용

# 1학기 활동용 SNS 운영

1학기 활동용 SNS를 통하여  
기업 홍보 제작물의 홍보 효과를 극대화

1학기 활동 [SNS, 인쇄 옥외, 영상] 제작물을  
실제 기업 서포터즈용 인스타그램과 동일한 방식으로 구성하여 업로드,  
활동 종료와 동시에 성과 보고서를 작성할 예정입니다.

기존 운영해온 광장 광고제 인스타그램 계정은 활동 보고서와  
성과 보고서가 업로드 될 예정이며  
이외에도 다양한 이벤트 게시물 또는 광장 학술제 관련 게시물  
업로드 예정입니다.



2023 1학기 활동용 SNS



활동 보고용 기존 광고제 SNS

# 1학기 콘텐츠 제작

## SNS 광고팀

월별 카드뉴스 1개 / 자유형식 1개 + PT보드  
\*자유형식 : 인스타툰, 이벤트 etc.

## 인쇄.옥외 광고팀

월별 제작물 1개 이상 + PT보드  
\*인쇄 옥외 제작물은 실제로 학교 건물 시설물을 사용하여 게시할 예정

## 영상 광고팀

학기 별 단편광고 1편 / 월별 릴스 2편 + PT보드

# 1학기 활동 일정

일정 세부 사항

3월

4월

5월

6월

7월

8월

팀원 모집



세미나(어도비툴, 촬영)



콘텐츠 제작



콘텐츠 업로드



결과보고





# 광고제 경쟁 PT 소개

9월 ~ 11월, 약 3개월간 진행되는 광고제 경쟁 PT는 경쟁 PT팀, 이벤트팀으로 나뉘며 약 100여명의 학생들이 경쟁 PT 팀(6~7팀) 이벤트 팀(2~3팀)으로 활동하게 됩니다.

경쟁 PT팀은 **매년 후원 기업이 제시하는 RFP와 과제에 따르는 경쟁 PT를 진행하며** 광장 행사 당일 PT 진행 후 후원 기업의 심사를 통해 1등, 2등, 3등팀까지 시상 및 상금을 부여하는 방식으로 진행되어왔습니다.

또한, 이벤트팀은 약 3개월 간 **기업 홍보의 온.오프라인 이벤트를 집행**하는 방식으로 진행되어왔습니다.

2024년 경쟁 PT 또한, 다음과 같이 진행될 예정이며 더불어 후기성 콘텐츠 제작과 같이 다양한 SNS 콘텐츠를 제작 후 업로드 할 예정이며, 광장 당일 참여 인원들에게 긍정적인 브랜드 이미지를 위해 자체적인 굿즈 제작 및 배부를 진행할 예정입니다.

# 광고제 역대 경쟁 PT

광고제는 2023년 세븐브로이, 2022년 송월타올, 2021년 벅스, 2020년 위피의 후원을 받아 경쟁 PT를 진행했습니다.  
아래는 2022년 진행 된 송월타올의 경쟁 PT 대상팀의 기획안 일부 입니다.

## 주제: 2030세대의 송월타올 브랜드 로열티 강화

송월, 당신의 새로운 감각이 되다.

송월타올은 국민 브랜드로 오랫동안 사랑받아왔지만

- 시장 점유율 1위, 송월타올
- 송월타올의 시장 점유율 약 40%
- 타올 관련 구글 트렌드 검색
- 송월타올의 브랜드 인지도
- 타올 관련 구글 트렌드 검색
- 송월타올 83%
- 스튜디오 77%
- 수면 49%

Z세대에게 송월타올의 국민 브랜드 이미지는 점차 약해지고 있다

Q 송월타올을 떠올렸을 때 어떤 이미지 인가요?

X세대: 수건하면 송월타올이 떠오를 정도로 높은 품질의 수건 브랜드로, 답례품으로 선물할 만한 믿음이 가요.

Z세대: 오래된 수건 브랜드도, 익숙한 수건을 쓸 때 브랜드를 고려하지 않는 것 같아요.

차별성이 약해지는 송월타올의 브랜드 이미지

- 70년 이상, 고급화, 다량화, 장인정신
- 50년 이상, 장인정신
- 50년 이상, 장인정신
- 40년 이상, 고급화, 다량화

국내 주요 타올 브랜드 모두 오랜 역사와 전통, 높은 품질을 강조하고 있어 송월타올의 브랜드 이미지는 약해지고 있다.

하지만 Z세대는 이러한 메시지에 공감하지 못하는 것으로 드러났다

송월타올의 광고에 대한 Z세대의 반응

Q 광고를 시청하고 송월타올의 제품이 뛰어난 품질이라는 것에 공감하시나요?

32% 공감하지 않아요

68% 공감해요

Q 송월타올의 광고에서 뛰어난 품질이라는 메시지에 공감하지 못한 이유는 무엇인가요?

- "수건은 딱딱 수건처럼 사용해서 품질을 느낄 수가 없어요"
- "주말식으로 좋은 품질이라고 강조하는 것 같아요"
- "품질과 기능은 경합을 독해 할 수 있어서"
- "광고보다는 직접 사용을 통해 맞는 수건을 찾기 때문"

그렇다면 타겟이 "뛰어난 품질"이라는 브랜드 메시지에 공감하지 못하는 이유는 무엇일까?

Hint: 우리는 이를 수건과 타겟의 특성에서 답을 찾을 수 있었다

따라서 송월타올 품질 특성 중 부드러움을 다양한 감각을 통해 공감하고 경험할 수 있게 제시한다면

[AS IS] 경험의 부재로 공감하기 어려운 부드러움

- 클리어레이션을 통해 제품의 부드러움 강조하기
- 소재 워셔로 부드러움 주입하기
- 감성 글귀로 뛰어난 품질 추구 전달하기

[TO BE] 다양한 감각을 통한 경험으로 공감할 수 있는 부드러움

- 다양한 감각으로 부드러움을 알아가기
- 부드러움을 세분화하여 부드러움 경험하기
- 수건 외에 다양한 매개체로 부드러움 경험하기

타겟들은 송월타올의 뛰어난 품질에 공감할 수 있을 것이다

# 2학기 경쟁 PT 목표

2024년 광고제 경쟁 PT의 목표는 아래와 같습니다.

현실 가능성 있는 아이디어와 더불어 MZ세대의 참신한 아이디어 도출

기업 캠페인 실제 집행 수준의 높은 퀄리티의 기획안

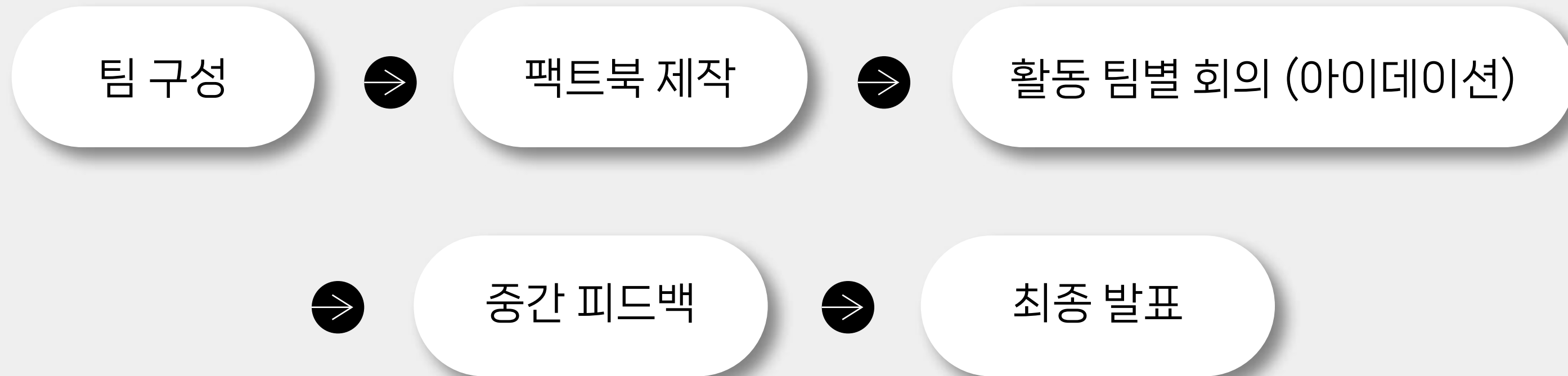
트렌디한 이슈와 접목한 콘텐츠 크리에이티브

# 2학기 경쟁 PT 일정



# 2학기 경쟁 PT 세부 진행

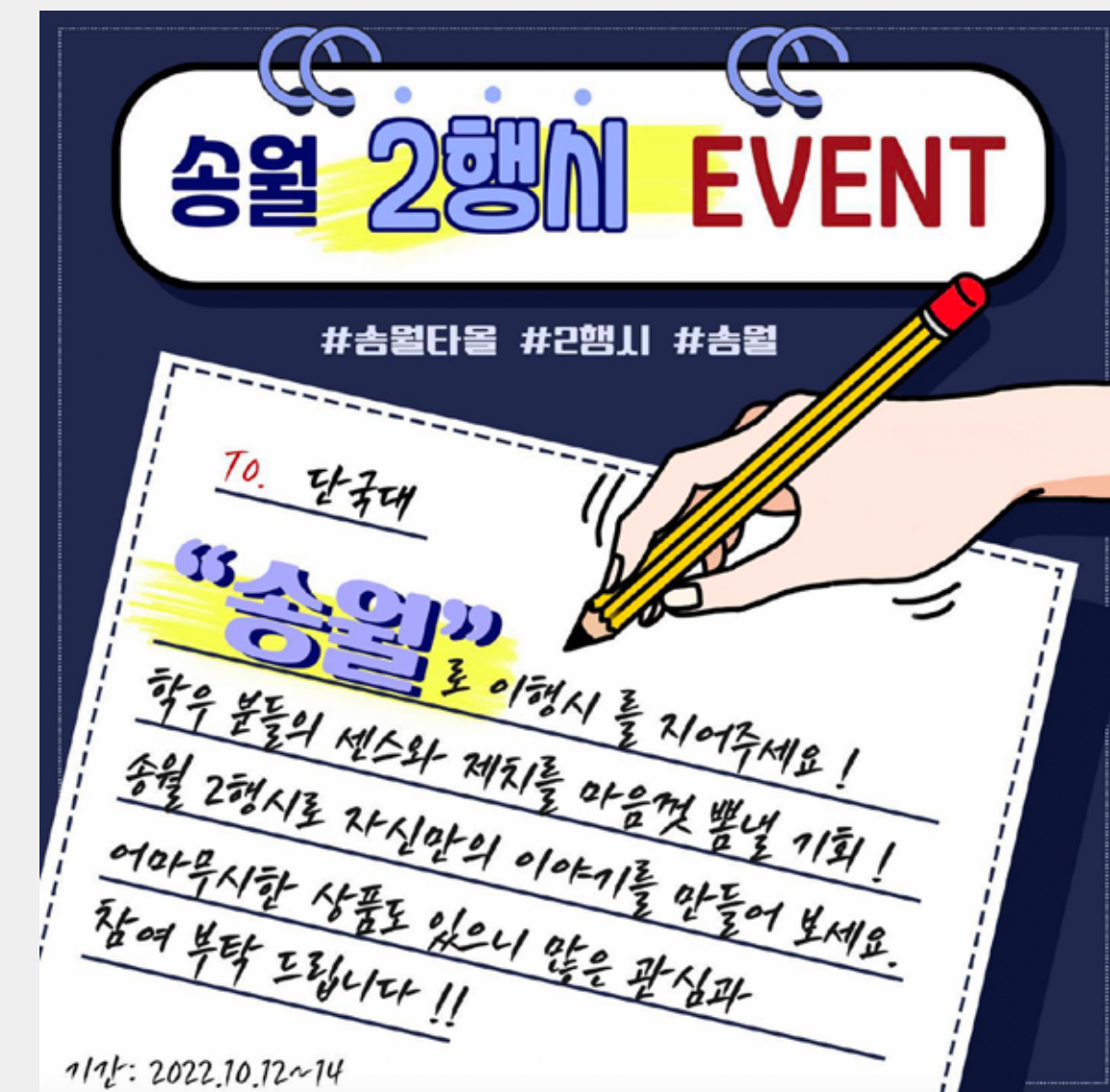
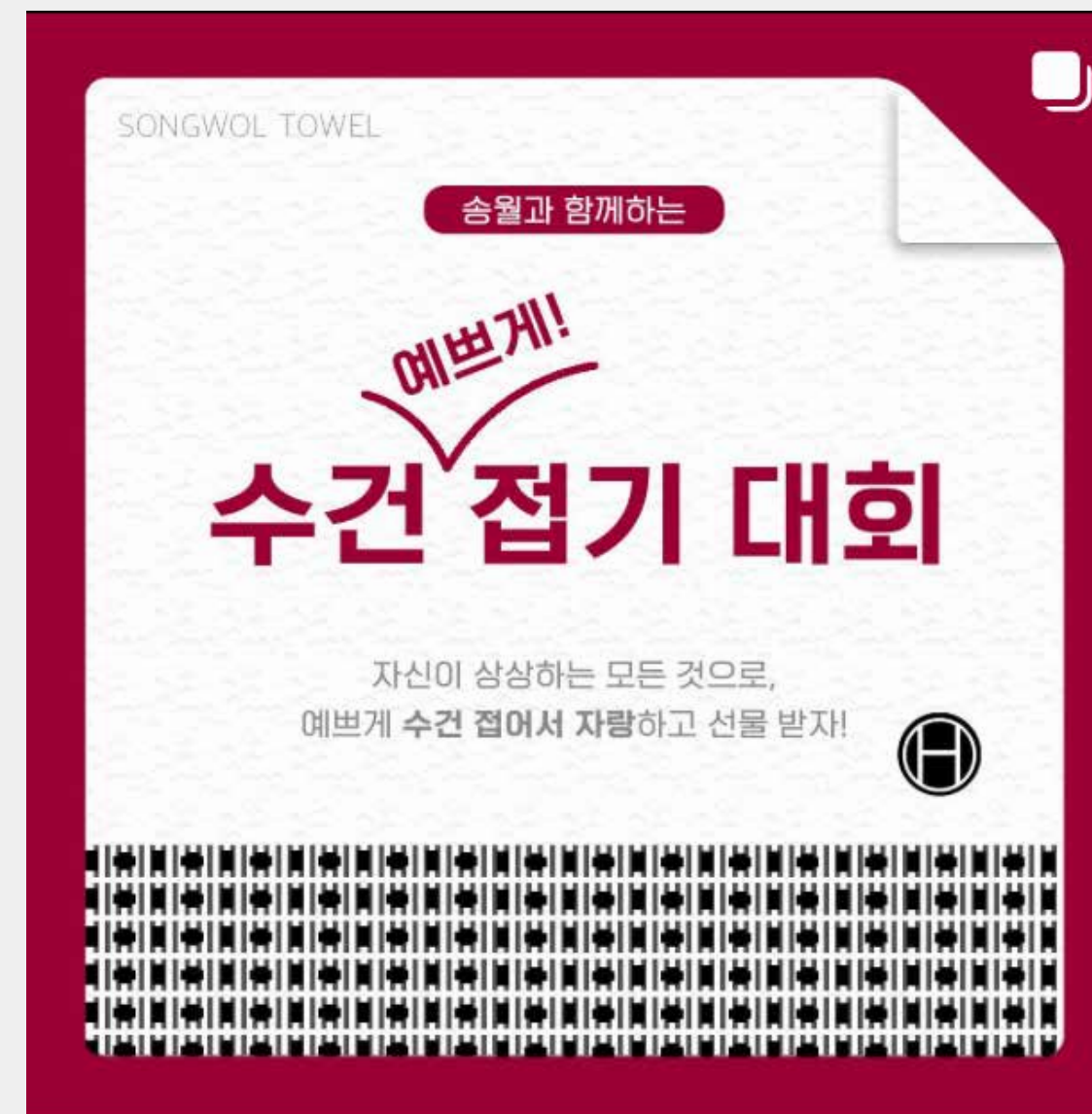
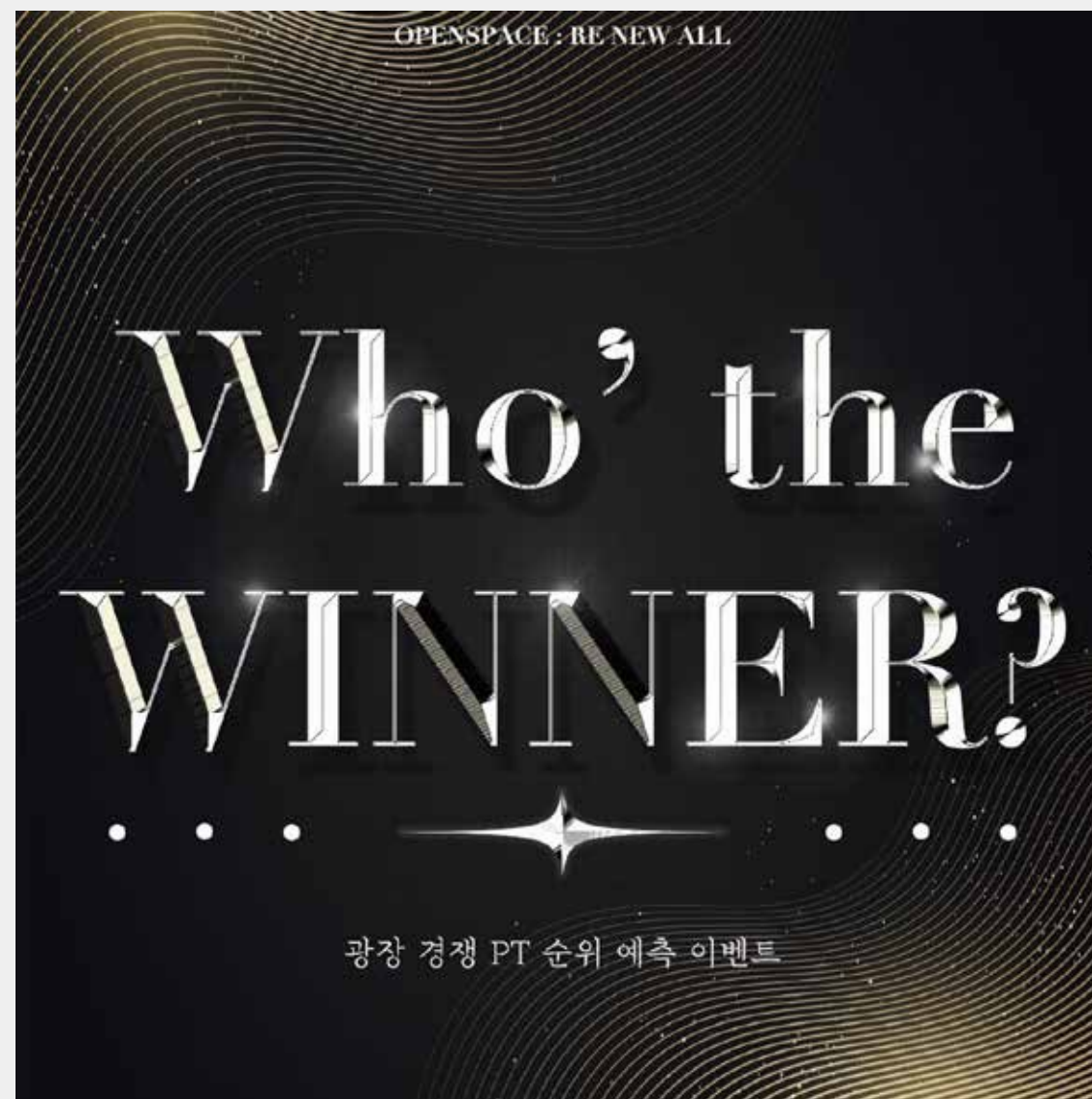
2024년 광고제 경쟁 PT 세부 진행은 다음과 같습니다.



최종 발표 1주전 모든 팀의 기획안을 보내드릴 예정이며  
최종 발표는 행사 당일 (11월 날짜 미정) 진행되며 당일 참석 및 심사를 요청드립니다.

# 광고제 EVENT 소개

광장 당일 이벤트 기획부서에서는 기업 굿즈와 광고제 굿즈를 제작하여 학부생들에게 배부할 예정이며 다양한 SNS 이벤트와 오프라인 이벤트 부스를 진행할 예정입니다.



# 2024 광고제 EVENT Team. 목표

2024년 광고제 Event Team의 목표는 아래와 같습니다.

이벤트 참여 증대

SNS 이벤트 외에 오프라인 이벤트 활성화

행사 당일 이벤트 부스 진행

# 2학기 이벤트 세부 계획

이벤트 팀은 후기성 콘텐츠 제작, 굿즈 제작, 이벤트 기획 & 제작을 위주로 활동 할 예정입니다.  
자세한 세부 계획은 다음과 같습니다.

굿즈 제작



기업 (제품, 브랜드) 홍보용 굿즈 제작  
광고제 자체 굿즈 제작

후기성 콘텐츠 제작



격주로 기업 (제품, 브랜드) 홍보성 SNS 콘텐츠 게시  
활동 기수 개인 SNS를 통한 홍보 가능  
(블로그, 유튜브, 인스타그램 등)

이벤트 기획작 & 제작



매달 지속적인 SNS 이벤트 업로드  
오프라인 체험 이벤트 기획 및 집행  
행사 당일 이벤트 기획 및 집행



# 세부협찬 내역

광고제는 최근 3년간 기업에게 150만원의 상금과 소정의 제품을 제공받아왔습니다.

아래는 2024년 광고제 경쟁 PT의 세부 협찬 내용입니다.

- 브랜드 라이선스 사용 허가 (CI, BI, 제품 이미지 등)
- 경쟁 PT 진행을 위한 브리프 (자료 전달)
- 약 100만원의 경쟁 PT 총 상금, 실물 제품 또는 상품권 (협의 가능)
- 광장 행사 당일 참석 및 심사 (11월 진행 예정, 날짜 및 시간 추후 협의)
- 시상을 위한 상장 발급

**기대효과**

# 기대효과 원페이지

약 4개월 간 매달 총 20개의 홍보 게시물 제작 및 게시 (서포터즈 계정)

활동기수 100여명의 대학생들의 인사이트 및 FGI 수집 가능

개인 SNS를 활용한 바이럴 홍보 및 후기성 콘텐츠 게시

행사 기간 동안 지속적인 브랜드 노출 가능

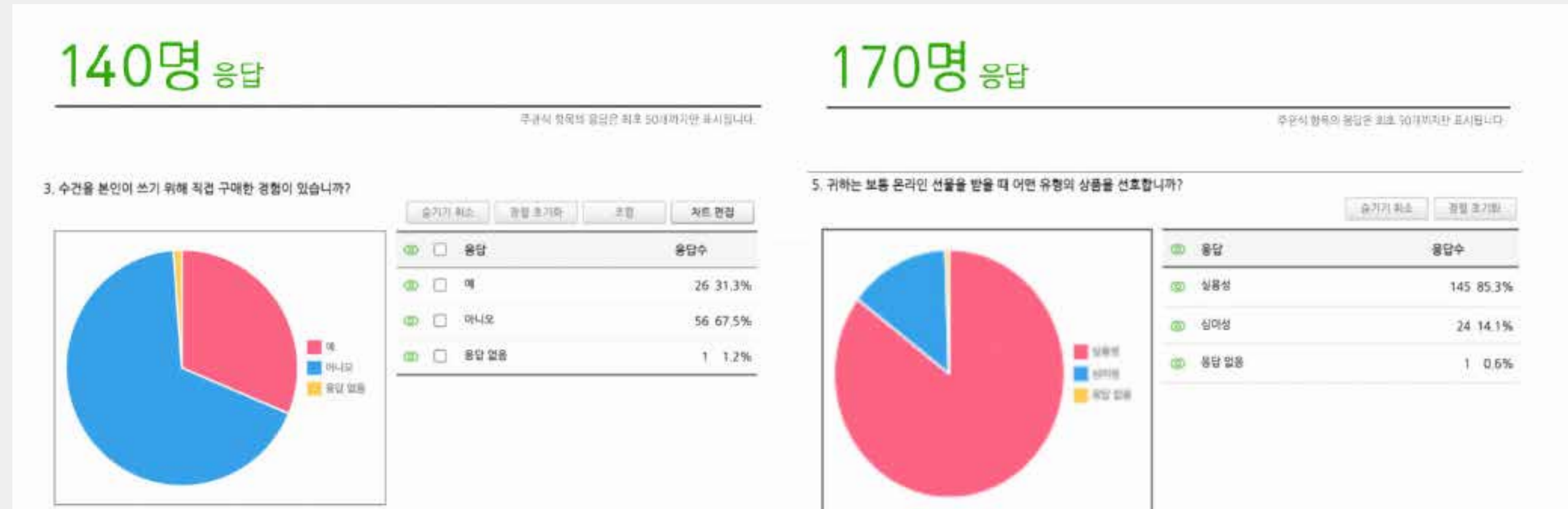
# [기대효과]



월별 총 20개 이상의 기업 홍보 콘텐츠 제작물 업로드 (5-8월 약 4개월)

기업 홍보 제작물의 홍보 효과 극대화를 위한 콘텐츠 계정 생성  
활동 종료와 동시에 성과 보고서 제출 예정

# [기대효과]



## 2022 경쟁PT 시 실제 진행한 자체 설문조사

경쟁PT를 진행한 9팀 모두 최소 1개의 설문조사를 진행했으며 약 1000명이 응답자로 참여

## 활동기수 대학생들의 인사이트 및 FGI 수집 가능

광고제 자체 SNS 페이지 및 내부 자원을 통한 정보, MZ 인사이트 제공 가능  
또한, 경쟁 PT 진행 시에 대학생을 대상 인사이트 데이터 제공 가능  
제품 및 브랜드 후기성 콘텐츠 게시 가능

# [기대효과]



< 2023 세븐브로이 블랙네온하이볼 MT 후기 이벤트

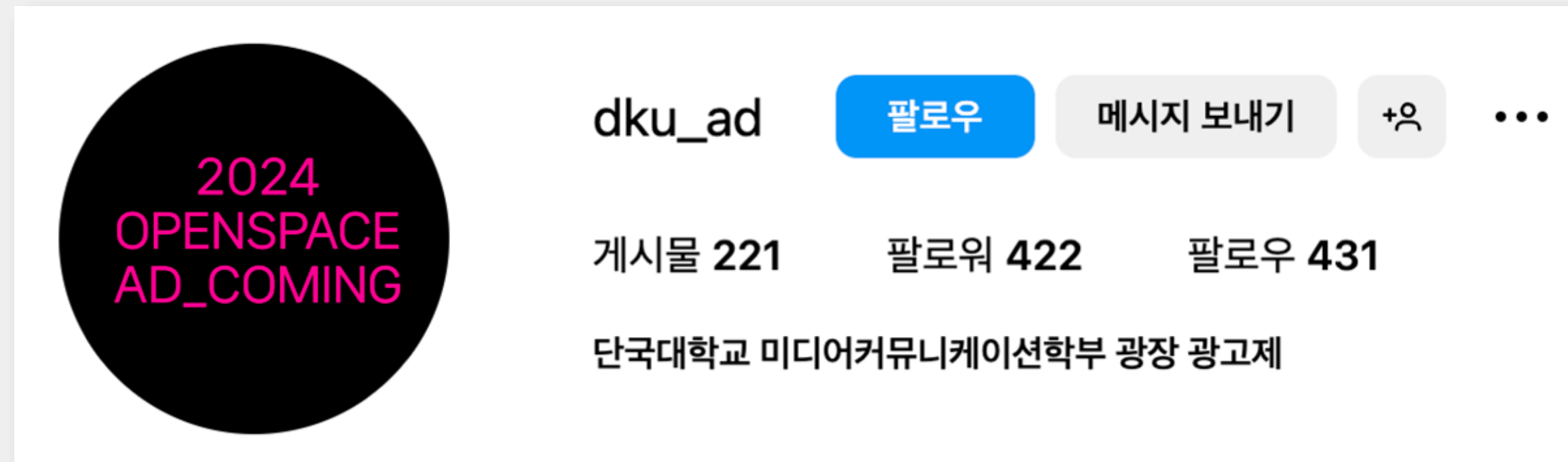
## 광고제 참여 인원 개인 SNS를 통한 바이럴 홍보 및 후기성 콘텐츠 게시

광고제 자체 SNS 및 내부 자원을 통한 정보 제공 및 후기성 콘텐츠 게시

활동인원의 인스타그램, 블로그, 유튜브 등 소셜미디어 게시 가능

\* 2022년 활동인원 80여명 2023년 활동인원 100여명

# [기대효과]



dku\_ad 팔로우 메시지 보내기 +⋮

게시물 221 팔로워 422 팔로우 431

단국대학교 미디어커뮤니케이션학부 광장 광고제

팔로워 422  
게시물 평균 GRP 300+  
1년간 총 도달률 30,000

## 광고제 행사 기간 동안 브랜드 노출 가능

약 8개월간 진행되는 광고제 기간 동안 제품을 불특정 다수에게 노출 가능  
단국대학교는 용인시 죽전동에 위치하며 인근 상권인 보정동 카페거리는 용인시 내에서도 유동인구가 많은 지역으로  
단국대 학생을 넘어선 용인시 시민까지 타겟으로 하여 광고 노출 효과 기대 가능  
학교 시설물에 포스터 부착을 통해 브랜드 노출 가능

제품(브랜드)을 불특정 다수에게 노출 및 재고하게 함으로써 제품(브랜드)의 인지도 및 선호도 상승효과 기대

# CONTACT

유현아 Yu hyeona

@ dbgusdk010@naver.com

☎ 01045310533



# 읽어주셔서 감사합니다

저희 단국대학교 미디어커뮤니케이션학부와의 협업을  
긍정적으로 검토해주시길 바라며  
귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.